

Letras Hispanas

Volume 11, 2015

SPECIAL SECTION: On Masculinities, Latin America, and the Global Age

TITLE: Iteraciones de Ituzaingó: cultura juvenil y masculinidad en la trilogía *Labios de churrasco* (1994), *Graciadió* (1997) y *5 pal' peso* (1998) de Raúl Perrone

AUTHOR: Nicolas Poppe

E-MAIL: npoppe@middlebury.edu

AFFILIATION: Middlebury College; Department of Spanish and Portuguese; Warner Hall 115; 303 College Street; Middlebury, VT 05753

ABSTRACT: Raúl Perrone's Ituzaingó trilogy—*Labios de churrasco* (1994), *Graciadió* (1997), and *5 pal' peso* (1998)—can be considered to be a representation of how a specific group of Argentine youths in the mid-1990s consumed cultural production and assembled identities as a group and as individuals. In this essay, I examine how the trilogy, three cinematic iterations of Ituzaingó, represents youth culture. My aim is to disentangle the ways in which a specific understanding, youth masculinity, is constructed through consumerism in the trilogy. More specifically, I analyze how each film not only represents the consumption of products of global youth culture (and of poetry, on a more local and personal level), but also as a kind of consumption of its previous iterations as commercial products. The ways in which the characters consume, discuss, or recreate distinct works of global and local youth cultural production are not the only aspects of understandings of masculinity in the trilogy, but the gender identities of the masculine characters, and the protagonists in particular, are enmeshed with the consumption of cultural production, even previous iterations of Ituzaingó.

KEYWORDS: 1990s, Argentine Cinema, Film Trilogies, Indie Cinema, Masculinity, Youth Culture

RESUMEN: Se puede considerar la trilogía Ituzaingó de Raúl Perrone—*Labios de churrasco* (1994), *Graciadió* (1997) y *5 pal' peso* (1998)—como una representación de cómo un grupo particular de jóvenes argentinos de mediados de los años noventa consumía la producción cultural y ensamblaba identidades como grupo e individuos. Me propongo examinar aquí cómo la trilogía, tres iteraciones cinematográficas de Ituzaingó, representa la cultura juvenil. Mi propósito es desenredar las maneras por las cuales se construye una modalidad particular, la masculinidad juvenil, a través del consumismo en la trilogía. Más específicamente, analizo cómo cada película no sólo representa el consumo de productos de la cultura juvenil global (y de la poesía, en un plano mucho más local y personal), sino también una suerte de consumo de sus iteraciones previas como productos comerciales. Las maneras en que los personajes consumen, discuten o recrean distintas obras globales y locales de producción cultural juvenil no son los únicos elementos de los entendimientos de la masculinidad en la trilogía, pero las marañas genéricas de las identidades de los personajes masculinos, y los protagonistas en particular, son fuertemente enlazadas con el consumo de producción cultural, aún de las iteraciones previas de Ituzaingó.

PALABRAS CLAVE: cine argentino, cine independiente, cultura juvenil, los 1990, masculinidad, trilogías en el cine

BIOGRAPHY: Nicolas Poppe (Assistant Professor in the Department of Spanish and Portuguese at Middlebury College) is currently working on a monograph on the development of a transnational poetics in early sound film in Argentina, Hollywood *en español*, and Mexico in the 1930s and early 1940s. His work has appeared in several edited volumes, as well as journals like *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, *Cinema Journal*, and *Journal of Latin American Cultural Studies*.

Iteraciones de Ituzaingó: cultura juvenil y masculinidad en la trilogía *Labios de churrasco* (1994), *Graciadió* (1997) y *5 pal' peso* (1998) de Raúl Perrone

Nicolas Poppe, Middlebury College¹

Junto a otros como Alejandro Agresti, Mariano Galperin, Gustavo Postiglione, Martín Rejtman, Pablo Reyero y Esteban Sapir, Raúl Perrone es una figura importante que entrecruza el cine del período pos-Alfonsín y el del Nuevo Cine Argentino. No se adhieren estos directores ni a los modelos cinematográficos de los ochenta—los cuales Jens Andermann describe agudamente como “using a rather conventional formal language in order to forge an equally nebulous social consciousness around core values associated with democracy and human rights, but without identifying or discussing the political identities and logics of either victims or perpetrators of state terror” (4)—ni tampoco a lo que David Oubiña considera como el movimiento geológico, en vez de estético, del Nuevo Cine Argentino (28). Los films de estos directores se interesan en proyectos discursivos, estéticos e ideológicos bastante distintos. Rompiendo con lo que Joanna Page describe como “the auteur tradition of relatively high-budget films, which had dominated the 1980s and early 1990s in Argentina” (33), sobre todo en términos económicos, estos proyectos deben mucho al neorealismo italiano y el cine radical latinoamericano de los años sesenta y ochenta, a pesar de ser menos abiertamente políticos. Los contextos de su producción, a los cuales alude Page, también se diferencian de sus precursores y sucesores, como no podían depender del apoyo previo del gobierno argentino como el financiamiento estatal ni en el proteccionismo de impuestos sobre

películas extranjeras debido a las supuestas reformas del gobierno neoliberal de Carlos Menem. Tampoco podían beneficiarse de los subsidios asignados en la Ley 24,377, aprobada en 1994, la cual impulsó la revitalización de una industria cinematográfica argentina que últimamente ha llegado a ser casi una marca.² Conceptualizado sismológicamente como premonitores o réplicas, ninguno o los dos, los films de principios a mediados de los noventa constituyen un cine argentino distinto, (tal vez) liminal.

La trilogía de Ituzaingó de Raúl Perrone—*Labios de churrasco* (1994), *Graciadió* (1997), and *5 pal' peso* (1998)—concretiza una experiencia particular de la intermediedad. Los personajes en los films, principalmente jóvenes masculinos, ocupan espacios que quedan en los márgenes no sólo geográficamente, sino también cultural y socialmente. Situados en Ituzaingó, un suburbio ordinario de Buenos Aires y parte del conurbano bonaerense, los grupos sociales en que los films se centran, los cuales consisten de dos adolescentes (en edad o en práctica) de entre diecisiete y veintitantos años, una mujer algo más joven y un *omnium gatherum*, son reacios a integrarse en la sociedad. Resumiendo los argumentos de estos films *slacker* locales, Leandro Listorti, Leandro Godón y Octavo Fabiano proponen que “*Labios de churrasco* es gris. *Graciadió* es roja. *5 pal' peso* es amarilla. En las tres hay jóvenes suburbanos que sobreviven como pueden en una Argentina que no los ha previsto (149). Ituzaingó—es decir,

la geografía cinematográfica suburbana que Perrone construye en los films—se ensambla y se reensambla como una serie de iteraciones de un entendimiento de lugar, del ambiente construido, natural y social. En vez de ser variaciones, lo cual implicaría diferencia e imitación, es mejor concebir la trilogía en términos matemáticos: es una serie de iteraciones, una aplicación repetida de una función que utiliza la salida de la anterior como entrada a la siguiente. Atrofiados por la desilusión de la previsión, si de hecho los personajes se habían esforzado a consumir las demandas de productividad de los jóvenes impuestas por la sociedad, se puede considerar que las iteraciones de Ituzaingó que habitan los personajes de la trilogía difieren en su coloración y en su función.

Para meditar sobre su situación inesperada, así como la expresión particular de la cultura juvenil argentina de los mediados de los años noventa, Perrone emplea una estética *DIY* y una mentalidad punk a través de sus films del período, especialmente en la trilogía Ituzaingó.³ Detalladas en su “Decálogo,” las reglas básicas del director que Andermann describe como “an ironic riff on the Dogma movement’s founding statement” (13), esta estética y mentalidad se fusionan en un cine *indie* único, lo cual se localiza en una comunidad particular que desafía entendimientos locales y globales de la cultura dominante. En relación a *Labios de churrasco*, Perrone afirma: “Ahí empiezo a tener mi propio lugar e iconografía: el videoclub, el kiosko, las casitas chiquitas. Ituzaingó pasa a ser un núcleo con identidad propia. Armé mi propio Seattle y mi Portland-Oregon para mis películas ‘indie’ (“Labios de churrasco”). Como el Nuevo Cine Punk, lo cual Nicholas Rhombes describe como una tendencia en el cine contemporáneo “informed by the aesthetic sensibility of the punk movement in the United States and Britain in the 1970s” (3), el cine *indie* de Raúl Perrone captura una atmósfera de comunidad e inconformidad.

Más allá de su distinto arraigo geográfico, Ituzaingó llega a su identidad en la obra de Perrone a través de la apropiación de la producción cultural juvenil local y global. Perrone no reterritorializa la producción cultural de la juventud global dentro de los límites de un espacio físico y social más familiar, sino representa un Ituzaingó en el que aquella producción cultural juvenil ya está territorializada. En el contexto de la geografía cinematográfica, siempre ha sido integrada en el tejido social. Este entendimiento más amplio de Ituzaingó le permite a Perrone explorar el enfoque de la trilogía: sus personajes y sus interacciones sociales siempre contextualizadas. A la vez enchufados y desenchufados de la globalización, los personajes de la trilogía de Ituzaingó median expresiones de una cultura juvenil globalizada y frecuentemente norteamericana. Se emplea la producción cultural en los films para crear vínculos afectivos a sus ecologías mediáticas. Desde películas *indie* como *Kids* (dir. Clark, 1995) hasta música argentina de rock barrial como la del grupo Caballeros de la Quema, no sólo se hace referencia implícita y explícitamente a obras de producción cultural a través de los films, sino también son intrínsecas de los espacios sociales de sus geografías cinematográficas. O sea, son tan fundamentales a las maneras en que se ensambla la espacialidad habitada por los personajes en la trilogía como se experimenta el mundo cinematográfico por parte del espectador.

En su ensayo “Raúl Perrone: Una cámara de video pedorra,” Nicolás Bermúdez describe las referencias culturales y sus repercusiones diegéticas en la trilogía:

Flirteos con el costumbrismo; una exploración, una indagación de lo inmediato menos cognoscitiva que descriptiva. Se trata de mostrar sin comprender. En Perrone, sin embargo, esto no implica renunciar a contar una historia, por más vaporosa que sea, por más que en algunos momentos se diluya a favor de un nivel más

general de representatividad. En este plano, como en el técnico, la trilogía puede ser leída en términos de evolución, de una menor a mayor consistencia narrativa. (2009)

La representación de los personajes principalmente masculinos no representa un serial que expone un Ituzaingó con características definidas sino la trilogía es un conjunto de iteraciones de las vidas de algunos jóvenes argentinos de una época y una geografía cinematográfica fijas. Refiriéndose a las secuelas cinematográficas, Claire Perkins propone que

in terms of both filmmaking practice and critical evaluation, the trilogy is an area in which sequelization is thought in more interpretive terms and in which the conditions of re-making that ground all sequels are made explicit. (16)

En la trilogía de Ituzaingó, los términos interpretativos se basan en gran parte en la representación de la juventud, especialmente en la masculinidad juvenil, y su consumo de productos culturales tanto locales como globales.

Conduciendo a lo que Andermann llama una “crystallisation of a particular aesthetics” (12), las geografías cinematográficas de la trilogía Ituzaingó se vuelven cada vez más homogéneas. Esto es particularmente evidente en las maneras en que se emplean como operaciones textuales el consumo de la producción cultural y sus referencias, frecuentemente implícitas. Usando la salida del film anterior como entrada al siguiente, en la trayectoria *Labios de churrasco—Graciadió—5 pal’ peso* se sustituyen las referencias culturales a la producción cultural juvenil, globales y locales, por unas autoreferenciales a la trilogía. Por consiguiente, la trilogía de Ituzaingó no representa sólo una diferencia de coloración sino una suerte de consumo de sus iteraciones previas como productos comerciales. A medida que las condiciones que forman las relaciones de los personajes con las geografías cinematográficas de la trilogía se vuelven cada vez más autorreferenciales, su

construcción de lo social no sólo se torna más cerrada, hermética y, en consecuencia, *cine-matográfica*, pero también más comercial, aunque de una manera *indie*, y mucho menos industrial. Mientras los personajes se refieren cada vez menos a obras extranjeras de producción cultural juvenil, los propios films se convierten en el material del cual se hacen las referencias.

Se puede considerar la trilogía Ituzaingó como una representación de cómo un grupo particular de jóvenes argentinos de mediados de los años noventa consumía la producción cultural y ensamblaba identidades como grupo e individuos. Ituzaingó es, al fin y al cabo, una metonimia. Las conversaciones sobre capítulos específicos de *Los Simpson* (prod. Groening, 1989-), por ejemplo, se desvanecen en conversaciones sobre aquellas conversaciones. Eventualmente el referente se disipa en el olvido, como la memoria se fija en la experiencia vivida de los personajes. Me propongo examinar aquí cómo la trilogía, tres iteraciones cinematográficas de Ituzaingó, representa la cultura juvenil. Como plantean Mario Margulis y Marcelo Uresti en la introducción de su volumen *La juventud es más que una palabra*,

la juventud no sólo es un signo ni se reduce a los atributos ‘juveniles’ de una clase. Presenta diferentes modalidades según la incidencia de una serie de variables. Las modalidades sociales del ser joven dependen de la edad, la generación, el crédito vital, la clase social, el marco institucional y el género. (28)

Mi propósito es desenredar las maneras por las cuales se construye una modalidad particular, la masculinidad juvenil, a través del consumismo en la trilogía. Más específicamente, analizo cómo cada película representa el consumo de productos de la cultura juvenil global y, en un plano mucho más local y personal, de la poesía. Las maneras en que los personajes consumen, discuten o recrean distintas obras globales y locales de producción

cultural juvenil no son los únicos elementos de los entendimientos de la masculinidad en la trilogía, pero las marañas genéricas de las identidades de los personajes masculinos, y los protagonistas en particular, son fuertemente enlazadas con el consumo de producción cultural, aún de sus iteraciones previas.

Dentro del contexto anacrónico de la trilogía, en el cual el orden intertextual sólo se impone más tarde, *Labios de churrasco* es la primera operación textual de un proceso que se desarrollará en los otros episodios. Según Andermann, al inicio del film una secuencia de tomas

establishes a time and a place, a particular diction, body posture, audio-visual rhythm and their relation to a set of cultural values and references, both cinematic and non-cinematic, both local and global: a poetics. (12)

Es una poética inextricablemente vinculada a un entendimiento particular de la masculinidad juvenil. La escena introduce el protagonista Juan (Fabián Vena), cuya recitación (que repetirá después) de “Lo único que te pido, Diosito querido, Virgencita de Luján, San Cayetano, Ceferino Namuncurá, es que tenga un buen día. Gracias” sigue el subtítulo austero de “Ituzaingó, Buenos Aires, 1994.” Efectivamente, *Labios de churrasco* relata las vidas algo comunes de Juan, su amigo Gus (Gustavo Prone), su novia Paola (Violeta Naón) y un policía, El Cana (Carlos Briolotti), que persigue a delincuentes cuyos crímenes siempre son insignificantes. Lo significativo en la película no es necesariamente la trama, sino el establecimiento de un tono que persiste en las dos secuelas. Como propone Sergio Wolf: “But if there’s something downright evident and imposing in all these films, that is the wish for rendering contemporaneity” (32). La primera película de la trilogía no intenta relatar una historia, sino recrear un momento. Y la música es fundamental en esta recreación.

Labios de churrasco representa Ituzaingó como un nexo con su propia identidad.

Como nexo, algo mostrado en el uso de una lente de ojo de pez que “permits Perrone’s camera to take in the reduced interior space in its entirety” (Andermann 12) y el empleo de un flujo de música mezclado de fuentes diegéticas y no diegéticas, trata de representar los lugares del suburbio y su iconografía. En *Labios de churrasco*, Perrone ensambla un Ituzaingó cuya hibridez es su característica definitiva. Los personajes no sólo interiorizan esta heterogeneidad—algo aparente por ejemplo en la masculinidad juvenil del protagonista—sino también la exteriorizan. Esta interior/exteriorización funciona como parte del mismo proceso. Estos flujos de distintos elementos culturales como la música, y sus repercusiones en los personajes, se acumulan en escenas que capturan la vida social dentro de espacios físicos específicos.

De los lugares emblemáticos representados en *Labios de churrasco*, uno de los más importantes es el videoclub. En el film, se representa el videoclub como espacio de confluencia en el cual se entrecruzan varios modos de producción cultural como el cine, el diseño gráfico, las historietas y la música. Como los cines suburbanos en la Argentina ya se habían cerrado en el período—Bermúdez reconoce que los films “registra[n] otra transformación de los noventa: la desaparición de los cines barriales y su concentración en los shoppings,” algo a lo cual se refiere Rolo (el actor cómico Campi [Martín Campilongo]) más tarde en *5 pal’ peso* cuando rechaza la sugerencia de su novia Sole (Micaela Abidor) de ir al cine en la Calle Florida—el videoclub conecta conversaciones dentro y fuera de la tienda. Al inicio de *Labios de churrasco*, un kiosquero les recomienda *Ángeles* (una referencia metaficticia a otro film de Perrone, *Ángeles, ángeles* de 1992) a Juan y Gustavo. Antes de encontrarse con Paola y su amiga Ana (Yiya de la Motta), quienes más tarde platican sobre un film francés sin nombre mientras se relajan al borde de una pileta, Gustavo y Juan revisan los estantes del videoclub, buscando *Ángeles*. Mientras se oye al fondo el éxito mundial “Fade Into You”

(1994), los dos hablan un poco sobre las películas y Gustavo le cuenta a Juan sobre un tipo del barrio que “le hablan a los culos, como yo te estoy hablando, le hablan a los culos directamente.” Una conversación frívola, poco memorable, es una representación de una suerte de desconcierto mundano de la amistad juvenil y masculina. El tono melancólico de la canción de Mazzy Star a la vez anticipa y funciona en yuxtaposición con el altercado en la siguiente escena entre Juan y Paola. A raíz de que ella descubre que él la engañó en una fiesta, su altercado culmina en Paola diciéndole a Juan en inglés, “Fuck you, man. Así te lo digo. Así” y mostrándole el dedo, haciendo *fuck you*. Los dos se separan, Paola se va caminando furiosa hacia un Ituzaingó más suburbano en una escena y en otra Juan recita la oración de nuevo.

La música de pantalla llega al primer plano en otra secuencia que representa un espacio importante en esta primera iteración cinematográfica de la trilogía de Ituzaingó: el auto. En vez de operar textualmente con empatía como la melancolía de “Fade Into You,” que subraya la relación de Juan y Paola que está al fondo de toda la trama, el sonido en vivo de “Like a Prayer” (1989) de Madonna sirve como punto de discusión para la pareja fastidiada. Tras ajustar el dial un rato, Juan se detiene al sintonizar la canción del disco epónimo. Los dos escuchan unos segundos y apagan el radio. Con las mejores intenciones, pero sin la menor idea de las letras, Paola canta: “Like a virgin. Chu-du-du, chu-du-du. That’s what a very good time.” Juan responde frustrado “No es la de la virgin, es de la plegaria esa.” En cierto sentido es una suerte de guerra ajena, en que Gustavo arguye sus sentimientos de una forma pasivo-agresiva sin ponerlos de relieve, preguntándole más tarde: “Y vos, ¿qué sos? Una virgin o sos una plegaria.” Aún la respuesta de Paola—“Tarado. Te odio, te odio”—no para sus quejas de que: “porque si estás cantando una canción, es una

canción. Primero. No cantés otra, si vas a cantar una. Una canción es una canción y otra es otra.”

El consumo de la producción cultural global figura como parte integral de cómo Juan y los demás personajes construyen sus identidades, principalmente masculinas, y las maneras en que habitan la geografía cinematográfica de *Labios de churrasco*. Si la música funciona al fondo, casi como el ritmo de sus vidas, la poesía tiene un papel mucho más activo en cómo Juan se relaciona con su novia. Como explica Bermúdez: “La trilogía consiste en emotivas variantes de una única línea argumental: la conquista del perdón femenino a la infidelidad masculina, perdón trajinado al que los chicos arriban, siempre, a través de la poesía.” En *Labios de churrasco*, Juan recita el poema titular para arrepentirse por haberle engañado a Paola. Interrumpiendo un capítulo de la serie animada de MTV *Beavis and Butthead* (prod. Mike Judge, 1993-1997), que presenta el clásico videoclip animado “Take on Me” (dir. Barron, 1985) del grupo pop noruego A-Ha, una sucesión rápida de golpes en la puerta le llaman la atención a Pao. El silencio inicial de la siguiente escena, puntuado ligeramente por el sonido diegético de pájaros piando, se corta cuando Juan lee en voz alta “Labios de churrasco.”

Gracias por atenderme y hacerme tostadas con café con leche fría como a mí me gusta. Yo soy un estúpido pero no importa. Vos sos un búho deforme, paralítico, con tu culito de pava gigante, inmenso y descomunal. Bardearé tus labios de churrasco, de almohadón, de balcón, de mostrador. Todas las estupideces que digas me rebotan cual espejo que refleja tu imagen de espanto. (cit. en Guerschuny)

Junto a otros medios de producción cultural como los programas de la televisión, la música es importante en la construcción de

la masculinidad en la película porque forma el contexto desde el cual Juan (y Gustavo hasta cierto punto) crea su propia identidad. La poesía, por otro lado, es mucho más reveladora.

Perrone emplea el mismo marco (argumentativo, geográfico, genérico, etc.) en el segundo film del tríptico, que se estrenó tres años después. Las dos secuencias iniciales definen tanto los nuevos personajes principales—Gus (Gustavo Prone), Pao (Paola Naón) y El Mendo (Mauro Alchuler)—como sus problemas, el embarazo y, de nuevo, El Cana (Carlos Briolotti). Si se entiende *Graciadió* como una reiteración de *Labios de churrasco*, tendríamos que verla como una más simbólica. Perrone emplea elementos estilísticos como el realismo mágico—en la última escena, después de estar parados frente un almacén El Mendo, Gus y Pao se elevan al cielo—y técnicos como el uso de colores vivos que evocan las historietas. En *Graciadió* sobran referencias a varias obras globales y locales de producción cultural juvenil. Desde Bob Marley James Bond, varios grupos musicales locales (reales e inventados), afiches de películas como *Emma* (dir. Douglas McGrath, 1996), una revista pornográfica, programas de televisión como *Los Simpson*, la canción de *Popeye* (comp. Sammy Lerner, 1933) hasta el videojuego *Street Fighter* (des. Capcom, 1987). La construcción de la masculinidad juvenil en el film se representa a partir de diferentes referencias culturales, de la cual la más notable es la remera. En cierto sentido, el medio de la remera—además de ser una prenda de ropa económicamente accesible, especialmente cuando se la roba como Gus y El Mendo hacen varias veces, también representa el rechazo de las costumbres de la madurez y la sociedad—es más importante que su mensaje, que incluye íconos del período como Billy Idol, Slaughter, Charles Bukowski, Homero Simpson, el *smiley*, Superhombre y Tin-Tin. La remera en *Graciadió* es particularmente significativa para dos personajes: El Mendo y El Gordo (Norberto “Ruso” Vereá), el dueño de la tienda de remeras de la cual los

jóvenes roban.⁴ Subrayada con música en el film, la obsesión de El Mendo con la remera sitúa su lugar en el mundo. En varias conversaciones, El Mendo demuestra su obsesión. Por ejemplo, en una conversación torpe con una chica con el atinado nombre de Chica en la Pileta (Ada Quiñones), habla de la remera “Atomic Dad” de Homero Simpson que no usa porque no quiere gastarla. Capaz de tener la remera, pero incapaz de llevarla puesta a causa de miedo de arruinarla, El Mendo es un consumidor consumido por sus intereses. No sólo es reticente a usar estos objetos, deja que controlen sus interacciones sociales.

No sólo por su venta explícita de las remeras, sino también por las conexiones implícitas del actor Ruso Vereá al fútbol y la radio—era portero de Independiente y Chacarita Juniors, entre otros equipos, y locutor del programa radial “Heavy Rock & Pop” en los años noventa—El Gordo también representa un punto de referencia heterogénea e importante en *Graciadió*. Como dueño de la tienda y a causa de sus conexiones con la industria musical, El Gordo es un iniciador. A pesar de no ser un joven, es una figura juvenil importante en la película. Como propone Silvia Chmiel, “la juventud se convierte—por sobre otras cosas—en una estética, plenamente vigente y deseable de acuerdo con el referente mediático, con lo cual carga y reviste de connotaciones positivas a quien sea portador de ese atributo” (86). Se debe entender la juventud no sólo en términos generacionales sino también estéticos. La estética de la juventud, articulada primero por El Gordo y luego por El Mendo, es un elemento clave de cómo se construye la masculinidad en la película.

En *Graciadió*, hay una interacción similar entre las nuevas iteraciones de Gus y de Pao. Siguiendo el modelo de Juan, Gus engaña a su novia en un acto egoísta e impulsivo que ocurre fuera de la pantalla. En vez de declamar su propia creación poética para redimirse, Gus le lee a Pao un poema que encontró en lo que parece ser una revista de poesía local. Los versos en prosa de “Nunca un domingo”

hablan de otro amor enredado, semejante al de *Labios de churrasco*. Por ejemplo: “Cuando la conoció le dijo: yo soy un tipo jodido, así te voy a amar, jodidamente” y “Un enamorado es un paralítico que consigue una pata de palo y se cree que va a cruzar la cordillera de los Andes.” Los versos evocan el poema del episodio anterior de la trilogía, pero no son del protagonista. Resultan tanto de las emociones como del consumo. No es decir que Gus revele sentimientos ajenos ni falsos, sino que emplea las palabras de otra persona para expresar sus ideas. Como El Mendo, se identifica con obras de producción cultural. Para combatir la indiferencia persistente de Pao, Gus le recuerda un recital de Caballeros de la Quema al que asistieron. A través de la sinceridad del poema, y también la evocación de su pasado compartido, Gus le apacigua a Pao.

En vez de ensamblar lo que Sergio Wolf denomina un “map of endless becoming” cuando propone que “if there’s something downright evident and imposing in all these films, that is the wish for rendering contemporaneity” (32), la trilogía Ituzaingó pivota en su última iteración. *5 pal’ peso* cuenta la historia del amor difícil entre Rolo y Sole, la amistad de Rolo y Mendo (Mauro Alchuler), y la persecución de los dos *slackers* perdidos por parte de El Cana (Carlos Briolotti). Sin embargo, interrumpe la posibilidad de *Labios de churrasco* y *Graciadió* por la muerte absurda de Mendo en el desenlace, disparado por un anciano mientras recoge un fútbol que había pateado accidentalmente por milésima vez al patio de sus vecinos. También, se nota un cambio en las maneras en que se emplean las referencias culturales en el film, lo cual tiene repercusiones importantes en la representación de la masculinidad juvenil. Están ausentes las alusiones, conversaciones y representaciones de una variedad de obras de producción cultural. En *Cinco pal’ peso* son reemplazadas por referencias a las geografías cinematográficas construidas en los dos films anteriores, de una manera similar a la sustitución de Iván Noble (el cantante de Caballeros de la Quema) por Campi en el papel de Rolo.

Además de escenas que capturan espacios importantes en las otras cintas (la inicial, por ejemplo, toma lugar fuera de la casa habitada por Juan y Gustavo en *Labios de churrasco*), secuencias que representan personajes de los otros films son particularmente importantes. Además de Gus, cuya aparición funciona como herramienta metacinematógrafa conectando *Cinco pal’ peso* con *Graciadió* y quien reconoce el artificio cinematográfico cuando habla directamente a la cámara, el personaje de El Gordo enfatiza la intertextualidad del film y la intratextualidad de la trilogía. Una figura importante en *Graciadió*, El Gordo circula una variedad de prácticas sociales. En *Cinco pal’ peso*, sin embargo, se siente su presencia en el uso absurdo de un saludo jamaicano que describe y demuestra en el film anterior, algo que subraya su índole inter/intra-textual. En este sentido, en vez de ser constituido por componentes que son diferentes tipológicamente a lo incrustado, el film se ensambla usando partes del mismo tipo. En tanto que la intertextualidad de las otras películas es reemplazada por más de lo mismo (expansiones anchas del mismo tipo), *Cinco pal’ peso* consume iteraciones previas de Ituzaingó y sus personajes locales. No sólo es el título una referencia a una canción de Caballeros de la Quema empleada en una escena en *Graciadió*, sino también Perrone cita visualmente aquella escena en *5 pal’ peso* para evocar el mismo sentimiento y experiencia de angustia. De modo similar, la música punk en el film muestra la inconformidad de los personajes.

En comparación con *Labios de churrasco* y *Graciadió*, se implementa la poesía en el último capítulo del tríptico de un modo bastante diferente. En vez de expiar sus transgresiones por leer poesía que encontró resonante, y mucho menos componer versos para su amada, Rolo, un analfabeto funcional, le encarga unos versos al Poeta de Ituzaingó (el músico y ex-líder del grupo Memphis la Bluesera, Adría Otero, quien desempeña el papel Elvisesco de Sandrito en *Graciadió*). El soneto endecasílabo y bien rimado, el cual Rolo

no puede leer, le cuesta al fotógrafo *amateur* unas doce fotos de Polaroid. La escena representa el distanciamiento de la palabra, y, tal vez como consecuencia, de sus propias emociones de Rolo. A través de la devolución de la figura masculina central, esta interacción con la poesía también evidencia las repercusiones de la evolución de los films. Es decir, mientras la perspectiva cinematográfica de Perrone se desarrolla en la reiteración de la trama, la poesía se comercializa cada vez más por los protagonistas masculinos. Ya no conectados a la palabra, lo que nos hace humanos, se usa la poesía como un producto de consumo a través del cual se puede obtener el perdón.

Las referencias a obras de producción cultural juvenil, sean éstas implícitas o explícitas, se mueven progresivamente de la heterogeneidad a la homogeneidad en la trilogía de Ituzaingó. Se ve, por consiguiente, un cambio en la representación de la masculinidad a través de las iteraciones, de la figura compleja de Juan en *Labios de churrasco* a la del boludo Rolo en *5 pal' peso*. En el tríptico, las iteraciones de funciones aún simples no sólo producen efectos mucho más complejos sino que también revelan cuestiones teóricas de la representación cinematográfica, especialmente en el contexto de la escuela. No sólo se hacen más normativas y uniformes y, tal vez, más "cinematográficas" por su autoreferencialidad, sino que la geografía cinematográfica y las masculinidades juveniles de la trilogía también llegan a ser más comerciales, vendiendo efectivamente sus iteraciones anteriores como productos de consumo para el espectador. Entender la geografía cinematográfica como un sitio construido por la espacialidad física y la práctica social, tanto como las maneras particulares en que se arraiga el último en el anterior, es útil en el intento de desentrañar las relaciones entre entendimientos culturales como la masculinidad, construidos por prácticas sociales, tipos de marañas de actividades humanas, y el consumo de producción

cultura juvenil, tanto dentro (o sea, su ensamblaje textual) como afuera del film (o sea, el significado del texto para el espectador). Lo que se ve, por consiguiente, en la trilogía Ituzaingó es un movimiento que se aleja de la heterogeneidad e hibridez cultural, espacial y masculina de *Labios de churrasco* y *Graciadió* hacia algo distinto en *5 pal' peso*. Al afirmar esto, propongo que se puede leer la trilogía de Ituzaingó como una representación de cómo la juventud argentina de los mediados de los noventa construye la masculinidad a través del consumo de distintos modos de producción cultural.

Notas

¹Me gustaría expresar mi agradecimiento a Vinodh Venkatesh por su trabajo editorial y a Ana María Mutis por sus comentarios sobre una versión anterior de este texto.

²Se aprobó la Ley 24,377 para estimular la producción de films que "contribute to the development of national cinematography being by their cultural, artistic, technical or industrial qualities, except those that are based or related to sex and drugs, and that do not present a positive influence for the community" (Rocha 842).

³DIY se refiere a "Do it yourself," un concepto importante en la cultura punk. Representa una crítica del consumismo y un nuevo posicionamiento del individuo en el contexto de la cultura de consumo.

⁴El rock barrial acompaña las dos escenas de robo en *Graciadió*. En particular, se escuchan las canciones "Ángeles caídos" de *Ataque 77* y "5 pal' peso" de *Caballeros de la Quema*.

Obras citadas

- Andermann, Jens. *New Argentine Cinema*. London; New York: I.B. Tauris, 2012. Impreso.
- Bermúdez, Nicolás. "Raúl Perrone: una cámara de video pedorra: una lectura geopolítica y melancólica de 'La Trilogía': *Labios de churrasco* (1994), *Graciadió* (1997) y *5 pal' peso* (1998)." *La Fuga*. N.p., 2009. Web. 25 Mar 2013.

- Chmiel, Silvina. "El milagro de la eterna juventud." *La juventud es más que una palabra*. Ed. Mario Margulis. Buenos Aires: Biblos, 1996. 85–101. Impreso.
- Guerschuny, Hernán. "Labios de churrasco." 791 Cine, n.d. Web. 14 Dic. 2014.
- Listorti, Leandro, Leandro Godón, y Octavo Fabiano. "Raúl Perrone." *60 Generaciones, 90 Generaciones: Cine Argentino Independiente*. Ed. Fernando M Peña. Buenos Aires: Fundación Eduardo F. Costantini, 2003. 160–67. Impreso.
- Margulis, Mario, y Marcelo Urresti. "La juventud es más que una palabra." *La juventud es más que una palabra*. Ed. Marcelo Margulis. Buenos Aires: Biblos, 1996. 13–30. Impreso.
- Oubiña, David. "El espectáculo y sus márgenes. Sobre Adrián Caetano y El Nuevo Cine Argentino." *Punto de vista* 76 (2003): 28–34. Impreso.
- Page, Joanna. *Crisis and Capitalism in Contemporary Argentine Cinema*. Durham: Duke UP, 2009. Impreso.
- Perkins, Claire. "Remaking and the Film Trilogy: Whit Stillman's Authorial Triptych." *Velvet Light Trap: A Critical Journal of Film & Television* 61 (2008): 14–25. Impreso.
- Perrone, Raúl, dir. *Labios de churrasco*. El Deseo, 1994. Film.
- . *Graciadió*. Las Ganas Que Te Deseo; El Atajo, 1997. Film.
- . *5 pal' peso*. Las Ganas Que Te Deseo. 1998. Film.
- Rhombes, Nicholas. "Introduction." *Punk Cinema*. Ed. Nicholas Rhombes. Edinburgh: U of Edinburgh P, 2005. 1–18. Impreso.
- Rocha, Carolina. "Contemporary Argentine Cinema During Neoliberalism." *Hispania* 92.4 (2009): 841–51. Impreso.
- Wolf, Sergio. "The Aesthetics of the New Argentine Cinema: The Map Is the Territory." *New Argentine Cinema: Themes, Auteurs and Trends of Innovation*. Ed. Horacio Bernades et al. Buenos Aires: Tatanka, FIPRESCI. 2002. 29–39. Impreso.